

## **ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM PENGAMBILAN KREDIT PADA LPD (LEMBAGA PERKREDITAN DESA) DESA PAKRAMAN MANGGISSARI**

Gusti Ayu Putu Suarni, Lulup Endah Trupalupi<sup>1</sup>, Iyus Akhmad Haris<sup>2</sup>,

Jurusan Pendidikan Ekonomi  
Universitas Pendidikan Ganesha  
Singaraja, Indonesia

e-mail: {[ayu.suarni@yahoo.com](mailto:ayu.suarni@yahoo.com), [Lulup.tripalupi@yahoo.com](mailto:Lulup.tripalupi@yahoo.com)1,  
[iyus.haris@gmail55.com](mailto:iyus.haris@gmail55.com)2}@undiksha.ac.id

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil kredit pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Pakraman Manggissari dan faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil kredit pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Pakraman Manggissari. Penelitian ini dilaksanakan di LPD Desa Pakraman Manggissari dengan jumlah responden sebanyak 64 orang. Data yang dikumpulkan dengan metode kuesioner, dianalisis dengan analisis faktor melalui *Statistical Program Social Science* (SPSS) 16.0 for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat faktor yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil kredit pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Pakraman Manggissari, yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor psikologis, dan faktor pribadi. Besarnya *variance explained* masing-masing faktor tersebut secara berturut-turut, yaitu kebudayaan sebesar 53,646%, sosial sebesar 22,980%, psikologis sebesar 14,639%, dan pribadi sebesar 8,735%. Faktor kebudayaan menjadi faktor paling dominan yang memiliki *variance explained* tertinggi yaitu sebesar 53,646%.

Kata kunci: keputusan nasabah mengambil kredit

### **Abstract**

This study aimed at determining the factors that influences the customer's decision to take the credit at "Lembaga Perkreditan Desa" (LPD) Manggissari and most dominant factor influencing the customer's decision to take the credit on "Lembaga Perkreditan Desa" (LPD) Pakraman Manggissari. The research had been implemented in "Lembaga Perkreditan Desa: (LPD) Manggissari vilaage amount sixty four respondents. The data were collected by questionnaire, and analyzed by factor analysis through *Statistical Program Social Science* (SPSS) 16.0 for windows. The result of findings showed that there were four factors that affected the customer in taking credit at "Lembaga Perkreditan Desa" (LPD) Pakraman Manggissari, namely cultural factors, social factors, psychological factors, and Personal factors. The amount of variance explained proficiency level of each factor in a row, the culture of 53.646%, 22.980% of the social, psychological, amounted to 14.639%, and 8.735% for personal. Cultural factors became the most dominant factor that had the highest explained variance in the amount of 53.646.

Keywords: customer's decision to take credit

## PENDAHULUAN

Provinsi Bali selain memiliki kelurahan dan desa yang bersifat *administratif*, juga memiliki desa-desa yang mempunyai sifat otonomi asli dengan sebutan desa adat. Ciri khas desa adat adalah adanya unsur Tri Hita Karana yaitu Parahyangan, Palemahan, dan Pawongan yang merupakan sebuah kesatuan utuh dan tidak terpisahkan. Ketiga unsur ini dikaitkan oleh peraturan desa adat itu sendiri yang disebut dengan awig-awig dan sifatnya mengikat serta ditaati oleh seluruh warga desa pakraman. Sebagai sebuah kesatuan masyarakat hukum adat, desa adat di Bali juga mempunyai fungsi menjaga, memelihara dan memanfaatkan kekayaan desa adat untuk kesejahteraan masyarakat. Hal ini mengisyaratkan bahwa keadaan desa adat milik hak otonomi dalam bidang sosial ekonomi karena dimilikinya kekuasaan untuk mengatur hubungan antara anggota kelompok masyarakat dalam mengelola kekayaan desa adat untuk kepentingan kesejahteraan warga desa adat.

Kedudukan dan peranan yang sangat penting tersebut sejalan dengan bunyi UUD 1945 pasal 33 ayat 1 yang menyatakan bahwa "perekonomian Indonesia disusun sebagai usaha bersama atas asas kekeluargaan". Berdasarkan latar belakang yudiris dan budaya yang telah diuraikan di atas, pemerintah Propinsi Bali mengeluarkan Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 1988 tentang Lembaga Perkreditan Desa (LPD) yang dijadikan sebagai dasar hukum untuk mendirikan sebuah lembaga keuangan yang berada di tingkat desa khususnya desa adat. Lembaga ini bergerak dalam bidang simpan pinjam yang disebut dengan Lembaga Perkreditan Desa (LPD). Secara historis LPD ini lahir dari pemikiran Ida Bagus Mantra (alm) yang ingin membantu meringankan beban masyarakat dalam urusan keuangan untuk upacara adat. LPD hanya diijinkan untuk beroperasi di wilayah desanya sendiri dan diatur oleh Peraturan Daerah (Provinsi), yang ditetapkan oleh DPRD, bukan Pemerintah Daerah.

Maksud dan tujuan didirikannya LPD di desa adat adalah untuk menjaga pembangunan, pemeratakan

perekonomian, membuka lapangan kerja dan yang tidak kalah pentingnya yaitu untuk memberantas ijon, gadai yang ilegal, dan rentenir. Keberadaan LPD dewasa ini sudah tidak perlu diragukan lagi, karena LPD telah mampu menopang sendi-sendi perekonomian masyarakat desa yang ada di Bali. Walaupun ada wacana untuk melakukan perubahan nama LPD. namun itu tidak mempengaruhi kinerja lembaga ini.

Berdasarkan data yang diperoleh tahun 2013 (Ketua BKS-LPD Bali Ida Bagus Kade Perdana) saat ini diperkirakan ada 1.418 unit LPD di Bali dengan aset mencapai Rp. 800.000.000.000,00. Tata Kelola organisasi dan perencanaan LPD diatur dalam PERDA Provinsi Bali No.8/2002. Setiap LPD dikelola oleh sebuah komite (ketua, kasir dan petugas administrasi). Peraturan pengawasan LPD didelegasikan kepada Bank Pembangunan Daerah, yang telah memulai mengembangkan suatu unit pengawasan LPD yang terpisah. Pengawasan akan dilaksanakan oleh unit di tingkat Kantor Cabang Penilaian atas pelaksanaan pengawasan *intern* LPD. Pengawasan di tingkat LPD dimulai dari peran *Prajuru Desa* (Pengurus Desa), diantaranya mengunjungi LPD setiap hari, berpartisipasi dalam persetujuan kredit, menyelesaikan fungsi dasar kontrol dan pelaksanaan fungsi *management* dari waktu ke waktu.

Semua *Prajuru Desa* di masing-masing desa yang ada di Bali melaksanakan hal tersebut, tidak terkecuali *Prajuru Desa* yang ada di Desa Pakraman Manggissari. Selain LPD di Desa Pakraman Manggissari, Desa Pakraman Manggissari juga memiliki Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) lainnya seperti Koperasi Unit Desa (KUD), Badan Usaha Milik Desa (BUMDES), Koperasi Wanita (KOPWAN). LPD sebagai sebuah lembaga keuangan bukan bank yang ada di Desa Pakraman Manggissari memiliki berbagai macam layanan keuangan yang bervariasi, sehingga membuat masyarakat lebih memilih LPD dari pada lembaga keuangan bukan bank lainnya yang ada di Desa Pakraman Manggissari.

Landasan hukum LPD adalah awig-awig desa pakraman, sehingga warga desa pakraman tidak akan berani untuk tidak

melakukan pembayaran kredit mengingat tanggung jawab yang dipikul cukup berat karena sanksi yang diberikan langsung oleh Desa Pakraman Manggissari. Masyarakat Desa Manggissari yang menjadi anggota LPD akan berusaha untuk mempertahankan atau bahkan mengembangkan lembaga yang mereka buat agar mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya. Selain sanksi yang ada, alasan lain masyarakat Desa Pakraman Manggissari memilih LPD sebagai tempat mengambil kredit adalah lokasi LPD yang dekat dengan rumah warga. Mereka tidak perlu jauh-jauh pergi ke bank untuk melakukan pinjaman mengingat syarat yang dikenakan oleh LPD tidak serumit syarat yang dikenakan oleh bank.

Karyawan atau karyawan yang berasal dari warga desa setempat, sudah mengetahui karakteristik masyarakat yang akan melakukan pinjaman di LPD Desa Manggissari. Hal ini tentunya menjadi nilai tambah bagi LPD dari lembaga keuangan bukan bank lainnya. Keuntungan lain yang di peroleh serta dirasakan oleh warga Desa Manggissari dari keberadaan LPD ini adalah bantuan yang diberikan langsung dari LPD berupa biaya-biaya kegiatan yang dilakukan oleh Desa Pakraman Manggissari.

Pada tahun 2013 diperoleh data, bahwa nasabah yang memperoleh kredit di LPD Desa Manggissari sebanyak 173 orang. Para nasabah ini memutuskan mencari kredit di LPD dengan berbagai alasan, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Faktor internal yang meliputi faktor pribadi dan psikologis, sedangkan faktor eksternal meliputi faktor sosial dan kebudayaan. Kedua faktor tersebut sangat mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil kredit di LPD Desa Pakraman Manggissari, dari keempat faktor di atas belum diketahui faktor mana yang lebih dominan mempengaruhi keputusan masyarakat dalam mengambil kredit di LPD desa Pakraman Manggissari.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian mengenai faktor yang lebih dominan mempengaruhi keputusan masyarakat dalam mengambil kredit di LPD

Desa Pakraman Manggissari, yang berjudul "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Pengambilan Kredit pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Pakraman Manggissari".

Bagi lembaga perbankan nasabah ibarat nafas yang sangat berpengaruh terhadap kelanjutan usaha suatu bank. Oleh karena itu, bank harus dapat mencari nasabah sebanyak-banyaknya agar dana yang terkumpul dari nasabah tersebut dapat diputar oleh bank yang nantinya disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan bantuan bank.

Menurut Tjiptono (1996) pengertian nasabah adalah setiap orang yang membeli dan menggunakan produk atau jasa perusahaan. Menurut Saladin (1994) nasabah adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank. Sedangkan menurut Komaruddin (1994) nasabah adalah seseorang atau suatu perusahaan yang mempunyai rekening koran, deposito atau tabungan serupa lainnya pada sebuah bank. Dari pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa nasabah adalah seseorang atau badan usaha (*korporasi*) yang mempunyai rekening simpanan dan pinjaman dan melakukan transaksi simpanan dan pinjaman tersebut pada sebuah bank.

Dalam kegiatan mengambil kredit nasabah banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor baik itu faktor internal dan faktor eksternal. Kedua faktor tersebut sama-sama mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil keputusan untuk melakukan pinjaman berupa kredit. Lebih lanjut Kotler (1996) menjelaskan bahwa yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil suatu keputusan untuk mengambil kredit yaitu terdiri dari faktor pribadi, psikologis, sosial, dan kebudayaan. (1) Faktor kebudayaan ini sifatnya sangat luas, dan menyangkut segala aspek kehidupan manusia. Kebudayaan adalah simbul dan fakta yang kompleks, yang diciptakan oleh manusia, diturunkan dari generasi ke generasi sebagai penentu dan pengatur tingkah laku manusia dalam masyarakat yang ada. Menurut Kotler (1996) kebudayaan adalah susunan nilai dasar, persepsi dan perilaku yang dipelajari

anggota suatu masyarakat dari keluarga dan institusi lainnya yang merupakan sumber paling dasar dari keinginan dan tingkah laku seseorang. Faktor-faktor kebudayaan yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen yaitu budaya, sub budaya dan kelas sosial. (a) budaya merupakan susunan nilai dasar, persepsi dan perilaku yang dipelajari anggota suatu masyarakat dari keluarga dan institusi lainnya yang merupakan sumber paling dasar dari keinginan dan tingkah laku seseorang. Setiap kelompok atau masyarakat memiliki budaya, dan pengaruh budaya pada perilaku pembelian sangat sangat beraneka ragam. (b) sub budaya merupakan bagian dari kebudayaan, sub budaya adalah sekelompok orang dengan sistem nilai terpisah berdasarkan pengalaman dan situasi kehidupan yang umum, dimana sub kebudayaan ini meliputi agama, ras, dan daerah geografis, dan (c) kelas sosial merupakan bagian-bagian masyarakat yang relatif permanen dan tersusun rapi yang anggota-anggotanya memiliki nilai, kepentingan dan perilaku yang sama (Kotler, 1996). Hampir setiap masyarakat memiliki beberapa bentuk kelas sosial. Kelas sosial memiliki beberapa ciri. Ciri tersebut adalah pertama orang-orang yang berada didalam kelas sosial yang sama cenderung berperilaku sama. Kedua, seseorang merasa dirinya menempati posisi yang inferior atau superior di kelas sosialnya. Ketiga, kelas sosial ditandai oleh sekumpulan indikator seperti, pekerjaan, penghasilan, kesejahteraan, dan pendidikan. Keempat, setiap individu yang ada di dalam suatu kelas sosial dapat berpindah dari satu tingkat ketingkat yang lainnya selama masa hidupnya (Kotler: 1996). Kelas sosial berpengaruh terhadap nasabah dalam mengambil keputusan, hal ini di buktikan bahwa kelas sosial nasabah dapat menunjukkan pemilihan terhadap merek tertentu yang diambil oleh nasabah.

Menurut Kotler (1996), faktor sosial adalah faktor lingkungan sekitar nasabah yang terdiri dari kelompok rujukan dan keluarga. Rekan kerja, teman dan tetangga dapat dikategorikan menjadi kelompok rujukan yang secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi

keputusan nasabah. Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, peran dan status. (a) kelompok referensi adalah kelompok-kelompok yang memberikan pengaruh langsung ataupun tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok referensi berfungsi sebagai titik banding atau referensi langsung maupun tidak langsung yang membentuk sikap dan perilaku seseorang. Kelompok referensi dalam hal ini akan dapat mengarahkan seseorang pada perilaku dan gaya hidup baru, mempengaruhi sikap dan konsep diri, dan memberikan dorongan untuk menyesuaikan diri sehingga akan mempengaruhi pilihan produk seseorang. (b) keluarga adalah kelompok yang terdiri dari dua atau lebih orang yang memiliki hubungan darah, perkawinan, atau adopsi dan tinggal bersama (Setiadi, 2010). Keluarga merupakan organisasi pembelian nasabah yang paling penting dalam masyarakat dan anggota keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh (Kotler, 1996). Istilah keluarga sering kali di identikkan dengan rumah tangga, padahal keduanya memiliki arti yang berbeda (Suprpti, 2010). Terdapat beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur variabel keluarga yaitu keterlibatan orang tua, keterlibatan anak, dan keterlibatan keluarga terdekat. (c) peran dan status, kedudukan seseorang dalam setiap kelompok dapat dijelaskan dalam pengertian peranan dan status. Setiap peranan membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat.

Faktor psikologis merupakan suatu keadaan dalam diri seseorang yang merupakan bagian dari pribadinya. Faktor psikologis juga mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk yang terdiri dari motivasi, persepsi, belajar, sikap dan kepercayaan. (a) motivasi merupakan suatu sikap yang mengarahkan seseorang agar dapat mencari kepuasan terhadap pemuasan kebutuhannya. Kebutuhan akan rasa aman secara financial misalnya, dapat memberikan motivasi kepada seseorang untuk mengubah perilaku konsumtif dan membiasakannya menabung. (b) persepsi adalah proses yang dilalui orang dalam

memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran yang berarti mengenai dunia. Seseorang termotivasi siap untuk bertindak. Bagaimana orang tersebut bertindak dipengaruhi oleh persepsinya mengenai situasi. Orang dapat membentuk persepsi berbeda dari rangsangan yang sama karena tiga macam proses penerima indera, yaitu sebagai berikut. (c) perhatian selektif, kecenderungan bagi manusia untuk menyaring sebagian besar informasi yang mereka hadapi, berarti bahwa pemasar harus bekerja cukup keras untuk menarik perhatian konsumen.

Menurut (Kotler, 1996) faktor pribadi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah, meliputi usia, tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, dan pendapatan. Orang akan mengambil atau tidak suatu kredit akan disesuaikan dengan keadaan yang terus berubah. Pekerjaan dan lingkungan ekonomi, juga mempengaruhi seseorang dalam mengambil kredit di suatu bank. Ciri-ciri kepribadiannya yaitu usia dan tahap daur hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. (a) usia dan tahap daur hidup, orang mengubah barang dan jasa yang mereka beli selama masa hidupnya. Selera akan makanan, pakaian, perabot dan rekreasi sering kali berhubungan dengan umur. Membeli juga dibentuk oleh tahap daur hidup keluarga, tahap-tahap yang mungkin dilalui oleh keluarga sesuai dengan kedewasaannya. Pemasar seringkali menentukan sasaran pasar dalam bentuk tahap daur hidup dan mengembangkan produk yang sesuai serta rencana pemasaran untuk setiap tahap. (b) pekerjaan merupakan mata pencaharian yang dijadikan pokok penghidupan atau untuk mendapatkan nafkah (Kotler, 1996). Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya tergantung dengan situasi pekerjaannya. Pekerja kasar cenderung membeli pakaian kerja kasar, sedangkan pekerja kantoran membeli pakaian kerja yang halus dan memiliki kualitas yang bagus. (c) keadaan ekonomi seseorang akan besar pengaruhnya terhadap pilihan produk. Sebelum membeli

suatu barang, seseorang akan mempertimbangkan dan menyesuaikan antara barang yang mereka beli dengan kondisi ekonominya. Indikator yang digunakan untuk mengukur pengaruh keadaan ekonomi terhadap keputusan mengambil nasabah, yaitu kesesuaian kemampuan seseorang membayar dengan tingkat bunga. (d) gaya hidup seseorang dapat dilihat dari pola hidup sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapat orang yang bersangkutan. Gaya hidup menampilkan pola bereaksi dan berinteraksi seseorang secara keseluruhan di dunia. Gaya hidup konsumtif menunjukkan bahwa minat seseorang terhadap pembelanjaan lebih tinggi bila dibandingkan dengan minatnya untuk menyimpan uang sebagai tabungan atau menyisihkannya untuk investasi. (e) Kepribadian dan konsep diri, kepribadian merupakan pola sifat individu yang dapat menentukan tanggapan untuk bertindak laku. Kepribadian setiap orang jelas mempengaruhi tingkah laku membelinya. Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologi unik yang menyebabkan respons yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan dirinya sendiri. Kepribadian biasanya diuraikan dalam arti sifat seperti rasa percaya diri, dominasi, kemudahan bergaul, otonomi, mempertahankan diri, kemampuan menyesuaikan diri, dan keagresifan. Kepribadian dapat bermanfaat untuk menganalisis tingkah laku konsumen untuk pemilihan produk tertentu. Sedangkan konsep diri merupakan cara bagi seseorang untuk melihat dirinya sendiri, dan pada saat yang sama ia mempunyai gambaran tentang diri orang lain, oleh karena itu cara tersebut digunakan untuk menentukan pengambilan keputusan dalam membeli suatu produk (Kotler, 1996).

Pengertian lembaga Perkreditan Desa (LPD) merupakan lembaga keuangan bukan bank yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah, yang pengelolaannya dilakukan oleh Desa Pakraman yang ada di Bali. Pengelolaan lembaga-lembaga tersebut sepenuhnya diserahkan kepada organisasi struktural dan fungsional yang ada di masing-masing desa. Peraturan Daerah Provinsi Bali (Perda Bali) No. 8



Tahun 2002 tentang Lembaga Perkreditan Desa yang selanjutnya diperbaharui dengan peraturan Daerah Provinsi Bali No. 3 Tahun 2007, tentang Lembaga Perkreditan Desa menyatakan bahwa LPD merupakan lembaga keuangan milik Desa Pakraman dengan tujuan (1) mendorong pembangunan ekonomi masyarakat desa melalui tabungan yang terarah serta penyaluran modal yang efektif (2) memberantas ijon, gadai gelap dan lain-lain yang dipersamakan dengan itu di pedesaan (3) menciptakan pemerataan dan kesempatan berusaha bagi warga desa dan tenaga kerja di pedesaan, (4) meningkatkan daya beli dan melancarkan lalu lintas pembayaran dan peredaran uang di desa.

Untuk mencapai tujuan tersebut LPD melaksanakan kegiatan sebagai berikut. (1) menerima simpanan uang dari warga masyarakat desanya dalam bentuk tabungan dan simpanan berjangka, (2) memberikan pinjaman untuk kegiatan-kegiatan yang bersifat produktif pada sektor pertanian, industri atau kerajinan kecil, pembangunan dan usaha-usaha lain yang dipandang perlu, dan (3) pemberian dana pada usaha-usaha lainnya yang bersifat penempatan dana desa.

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh LPD tidak lain dari proses pengaturan uang pedesaan yang diharapkan mampu untuk mendorong pengembangan aktivitas tabungan dan investasi yang memiliki efektivitas dan efisiensi minimum, disamping melakukan kegiatan-kegiatan sosial lainnya pada masyarakat. Ditinjau dari segi permodalan yang dimiliki oleh LPD jauh lebih kecil dari jumlah permodalan yang dimiliki oleh lembaga keuangan lainnya. Oleh karena itu suatu lembaga usaha seharusnya mempunyai perencanaan yang bertujuan untuk berusaha membentuk penempatan lembaga tersebut sedemikian rupa, sehingga dapat hidup pada lingkungannya. Hal ini berarti LPD harus mampu menggunakan kapasitas usaha yang dimilikinya secara baik dalam menghadapi kekuatan-kekuatan saingannya.

Dalam menghadapi kekuatan saingan, LPD harus mampu mengantisipasi kekuatan dan kelemahan pesaing, dengan demikian adaptasi antara LPD dengan

lingkungannya melalui upaya menguasai beberapa faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki pesaing mengakibatkan keseimbangan terhadap posisi LPD dalam lingkungannya dapat dijaga. Dengan demikian keberhasilan suatu usaha normatif sosial harus memperhatikan semua dimensi lingkungan baik lingkungan eksternal maupun lingkungan internal. Tanpa adanya adaptasi semua lingkungan eksternal yang berkembang di sekelilingnya yang mengakibatkan perubahan-perubahan faktor tertentu, keberhasilan tidak dapat tercapai.

## **METODE**

Metode pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket. Kuesioner atau angket merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk dijawab, terutama berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil kredit pada LPD Desa Pakraman Manggissari. Metode dokumentasi digunakan untuk mendapatkan data nama nasabah yang mengambil kredit pada LPD Desa Manggissari. Jenis dan Sumber Data Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data menurut sumbernya, meliputi data primer dan data sekunder. (a) Data primer berupa data yang diperoleh melalui pengisian angket/kuesioner mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil kredit yang meliputi faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor psikologis, dan faktor pribadi yang terpilih menjadi sampel. (b) Data sekunder berupa data yang diperoleh dari dokumen atau catatan mengenai nama nasabah yang mengambil kredit di LPD Desa Manggissari. Analisis data yang digunakan adalah analisis faktor. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan *Statistical Program Social Science (SPSS) 16.0 for windows* dengan menggunakan *factor analysis*.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

Data yang berhasil dikumpulkan dari kuesioner yang disebarkan dan setelah

diolah dengan SPSS 16.0 for windows menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil kredit pada LPD Desa Pakraman Manggissari, dapat dijelaskan oleh nilai persentase dari masing-masing faktor. Nilai Total Variance Explained

digunakan untuk mengetahui persentase dari keempat faktor yang dianalisis. Hasil analisis faktor melalui SPSS menunjukkan persentase dari masing-masing faktor dapat dilihat pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.146	53.646	53.646	2.146	53.646	53.646
2	.919	22.980	76.626			
3	.586	14.639	91.265			
4	.349	8.735	100.000			

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan persentase dari faktor satu kebudayaan memiliki *eigenvalue* sebesar 2,146 dengan nilai varian sebesar 53,646%, sedangkan faktor dua sosial memiliki *eigenvalue* 0,919 dengan nilai varian sebesar 22,980%, faktor tiga psikologis memiliki *eigenvalue* 0,586 dengan nilai varian sebesar 14,639%, dan faktor empat pribadi memiliki *eigenvalue* 0,349 dengan nilai varian sebesar 8,735%, Jadi, keempat faktor-faktor tersebut mempengaruhi keputusan

nasabah dalam mengambil kredit pada LPD Desa Pakraman Manggissari. Kemudian untuk menentukan dimensi atau faktor keputusan nasabah dalam mengambil kredit yang paling dominan digunakan parameter koefisien *varimax* atau mendekati -1. Nilai yang mendekati 1 diawali oleh nilai 0,5 sedangkan nilai yang mendekati -1 diawali oleh -0,5. Secara lebih rinci hasil ringkasan rotasi dari *matriks* faktor memuat nilai *varimax rotation*, dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2 *Matriks* Rotasi Hasil Analisis Faktor

Dimensi atau faktor keputusan nasabah dalam mengambil kredit

*Varimax Rotation (%)*

Kebudayaan	53.646
------------	--------

Berdasarkan Tabel 2, maka faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil kredit pada LPD Desa Pakraman Manggissari adalah faktor kebudayaan dengan nilai *varimax rotation* 53,646%. Artinya kejelasan dari dimensi keputusan nasabah dalam mengambil kredit adalah kebudayaan yang paling mendominasi sebesar 53,646%.

## PEMBAHASAN

Keputusan nasabah dalam mengambil kredit pada LPD Desa Pakraman Manggissari dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor psikologis, dan faktor pribadi yang ditunjukkan pada Tabel 4.3. Hal ini sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh Kotler, bahwa faktor yang

mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor psikologis, dan faktor pribadi. Untuk menjelaskan keputusan nasabah dalam mengambil kredit pada LPD Desa Pakraman Manggissari, dilihat dari faktor-faktor yang memiliki *eigenvalue* > 1 yang ditunjukkan pada Tabel 4.4 yaitu, faktor kebudayaan.

Nasabah menilai bahwa faktor kebudayaan dapat menjelaskan keputusan nasabah dibandingkan dengan faktor yang lain, hal ini disebabkan karena penilaian nasabah terhadap faktor ini pasti berbeda-beda tergantung pada bagaimana keberadaan awig-awig dan pertanggungjawaban pengurus LPD dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Kualitas dari faktor kebudayaan dapat dilihat dari keberadaan awig-awig Desa Pakraman, pelaksanaan awig-awig Desa Pakraman, pertanggungjawaban pengurus dalam paruman/rapat Desa Pakraman, dan sumbangsih LPD dalam pembangunan Desa Pakraman Manggissari.

Hal ini juga ditunjukkan bahwa faktor kebudayaan merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil kredit. Faktor ini paling dominan dibandingkan ketiga faktor-faktor yang lain disebabkan karena kebudayaan tidak hanya mencakup susunan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan perilaku yang dipelajari anggota nasabah dari keluarga dan institusi penting lainnya sebagai keputusan penentu dalam mengambil suatu kredit pada Lembaga Perkreditan Desa.

Hasil penelitian ini juga relevan dengan penelitian sebelumnya oleh Kadek Novi Sriasih pada Tahun 2010 data yang diperoleh selanjutnya dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, uji regresi serempak (F-test), uji regresi parsial (t-test) dan *standardized coefficient beta*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis terbukti berpengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan masyarakat Desa Pakraman Manggissari dalam pemanfaatan produk LPD. Bertitik tolak dari uraian diatas maka original penelitian yang dilakukan sekarang ini terletak pada pengembangan

metode analisis data yang digunakan. Data dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan analisis faktor.

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut. Faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil kredit pada LPD Desa Pakraman Manggissari adalah faktor kebudayaan dengan nilai varian sebesar 53,646%, faktor sosial dengan nilai varian sebesar 22,980%, faktor psikologis dengan nilai varian sebesar 14,639, dan faktor pribadi dengan nilai varian sebesar 8,735%. Faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil kredit pada LPD Desa Pakraman Manggissari adalah faktor kebudayaan dengan nilai *varimax rotation* 53,646%.

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan diatas, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bagi LPD Desa Manggissari agar dengan tegas menerapkan awig-awig desa kepada para penerima kredit dan memberikan sanksi kepada penerima kredit yang tidak melunasi kreditnya. Dengan adanya sanksi tegas tersebut selain dapat mengurangi kredit macet, juga dapat meningkatkan keuntungan LPD Desa Manggissari. Keuntungan yang diperoleh dapat dipergunakan untuk membantu keperluan upacara di desa serta pembangunan infrastruktur desa. Jadi, keuntungan dari LPD Desa Pakraman Manggissari dapat dirasakan oleh seluruh warga Desa Pakraman Manggissari. Bagi Peneliti berikutnya yang hendak melakukan penelitian yang sama sebaiknya menambah faktor lain selain budaya, karena masih ada kemungkinan faktor lain yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada LPD dan sebaiknya penelitian juga dilakukan pada lingkup yang lebih besar yaitu tidak hanya dilakukan di LPD Desa Pakraman Manggissari tetapi juga dilakukan penelitian di LPD lainnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Firdaus, Rachmat dan Maya, Ariyanti. 2003. *Manajemen Perkreditan Bank Umum: Teori, Masalah, Kebijakan dan Aplikasi Lengkap dengan Analisis Kredit*. Bandung: Alfabeta.
- Kasmir. 2002. *Bank dan Lembaga keuangan lainnya Jilid Ke 1 Edisi Keempat*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- , 2001. *"Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya" Jilid Ke 1 Edisi Kelima*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Komaruddin, 1994, Kamus Perbankan, Jakarta : CV. Rajawali. Manajemen Pemasaran Bank, Jakarta : CV Rajawali.
- Kotler, Philip dkk. 1996. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Terjemahan Fandy Tjiptono. *Marketing*. 1999. Jakarta: Erlangga.
- , 1999. *Manajemen Pemasaran Edisi 6 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- , 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Terjemahan Benyamin Molan. *N n Marketing Management*. 2003. Klaten: Intan Sejati.
- Kuncoro, Mudrajad dan Suhardjono (2002). *Manajemen Perbankan: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta:BPFE.
- Peraturan Daerah Kabupaten Badung Nomor 19 tahun 2001 tentang Lembaga Perkreditan Desa.
- Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2007 tentang Lembaga Perkreditan Desa.
- Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2002 tentang Lembaga Perkreditan Desa.
- Permanita, Lestari. 2009. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam membeli rumah pada PT. Griya Panji Asri di Kabupaten Buleleng Tahun 2009*. (skripsi tidak diterbitkan). Jurusan Pendidikan Ekonomi. Undiksha Singaraja.
- Raymond, P. Kent. 1995. *Dasar-dasar Perkreditan Edisi Keempat*. PT. Sun, Jakarta.
- Rudari, Sri. 2010. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor matic Honda pada dealer astra motor ganyar tahun 2010*. (skripsi tidak diterbitkan). Jurusan Pendidikan Ekonomi. Undiksha Singaraja).
- Saladin Djaslim, 1994, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Bank*, Jakarta : CV Rajawali.
- Seriasih, Novi. 2010. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam pemanfaatan produk Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Desa Adat Tinggarsari Tahun 2010*. (skripsi tidak diterbitkan). Jurusan Pendidikan Ekonomi. Undiksha Singaraja).
- Riduwan, dkk. 2011. *Cara Mudah Belajar SPSS 16.0 dan Aplikasi Statistik Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Efendi. 2006. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES
- Sinugan, Muchdarsyah. 1995. *Dasar-dasar dan Teknik Management Kredit*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2005. *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suprpti, Ni Wayan Sri. 2010. *Perilaku konsumen Pemahaman Dasar dan Aplikasi dalam Strategi Pemasaran*. Denpasar: University Press.
- Suyatno, Thomas (dkk). 1995. *Dasar-dasar Perkreditan*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.

Tjiptono, Fandy. 1996. *Strategi Pemasaran*.  
Yogyakarta: Andi Offset.  
Yogyakarta.

Umar, Husein. 2008. *Metode Penelitian  
Untuk Skripsi dan Metode Bisnis*.  
Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Undang-undang Nomor 14 Tahun 1967  
Tentang Pokok-pokok Perbankan.